

CODE DE DÉONTOLOGIE (adopté en 1964; modifié en septembre 2007 et octobre 2014)

L'Association des professionnels en philanthropie croit qu'une conduite éthique encourage le développement et le perfectionnement des professionnels en philanthropie et de la profession, et contribue à promouvoir la philanthropie et le bénévolat. Les membres de l'AFP reconnaissent qu'il leur incombe de prendre des moyens conformes à l'éthique pour obtenir du soutien philanthropique ou d'appuyer les efforts visant à encourager les dons de bienfaisance qui respectent l'éthique. Tout membre qui enfreint les normes s'expose à des sanctions disciplinaires, comme le prévoient les procédures d'exécution du code de déontologie de l'AFP. Les membres de l'AFP, particuliers et entreprises, conviennent de se conformer aux normes déontologiques de l'AFP (et de veiller, de leur mieux, à ce que les membres de leur personnel s'y conforment également).

CONFIANCE DU PUBLIC, TRANSPARENCE ET CONFLITS D'INTÉRÊTS

- 1 Les membres ne doivent participer à aucune activité susceptible de nuire à leur organisme, à leurs clients ou à leur profession ni jeter sciemment le discrédit sur la profession.
- 2 Les membres ne doivent participer à aucune activité susceptible d'entrer en conflit avec leurs obligations fiduciaires, éthiques et juridiques envers leur organisme, leurs clients ou leur profession.
- 3 Les membres doivent dévoiler tout conflit ou risque de conflit d'intérêts; semblable déclaration n'empêche ni n'implique une quelconque pratique répréhensible au plan éthique.
- 4 Les membres ne doivent pas exploiter de relations avec un donateur, un donateur éventuel, un bénévole, un client ou un employé pour leur bénéfice ou celui de leur organisme.
- 5 Les membres doivent se conformer à toutes les lois civiles et criminelles locales, provinciales, fédérales ou de leur État.
- 6 Les membres doivent reconnaître les limites de leur champ de compétence.
- 7 Les membres doivent présenter et offrir des produits et des services de façon honnête, sans faire de déclarations trompeuses.
- 8 Les membres doivent définir la nature et le but de toutes les relations contractuelles dès que ces dernières sont établies; ils doivent être disponibles pour répondre aux besoins des parties en cause avant, pendant et après la vente de produits ou de services.
- 9 Les membres doivent s'abstenir de violer sciemment les droits sur la propriété intellectuelle de tierces parties.
- 10 Les membres doivent protéger la confidentialité de tous les renseignements privilégiés relatifs aux relations entre les fournisseurs et les clients.
- 11 Les membres doivent s'abstenir de dénigrer leurs concurrents en fournissant des informations mensongères.

SOLLICITATION ET GESTION DES DONS PHILANTHROPIQUES

- 12 Les membres doivent veiller à ce que tous les documents de sollicitation et de communication soient exacts et reflètent fidèlement la mission de leur organisme et l'utilisation des fonds sollicités.
- 13 Les membres doivent veiller à ce que les donateurs reçoivent des conseils judicieux exacts et éthiques sur la valeur et les implications fiscales de dons éventuels.

- 14 Les membres doivent veiller à ce que les dons soient utilisés conformément aux intentions des donateurs.
- 15 Les membres doivent veiller à ce que toutes les sources de revenus soient bien gérées et que l'on rende des comptes de façon périodique quant à leur utilisation et à leur gestion.
- 16 Les membres doivent obtenir le consentement explicite des donateurs avant de modifier les conditions des transactions financières.

TRAITEMENT DES RENSEIGNEMENTS CONFIDENTIELS ET PRIVÉS

- 17 Les membres ne doivent dévoiler aucun renseignement privilégié ou confidentiel à d'autres parties.
- 18 Les membres doivent respecter le principe selon lequel tous les renseignements sur des donateurs et des donateurs éventuels générés par ou pour un organisme ou un client appartiennent à cet organisme.
- 19 Les membres doivent donner aux donateurs et aux clients la possibilité de faire retirer leur nom des listes que l'on vend ou loue à d'autres organismes ou que l'on échange avec ceux-ci.
- 20 Lorsqu'ils déclarent les résultats de leurs campagnes de financement, les membres doivent recourir à des méthodes de comptabilité précises et constantes, conformes aux lignes directrices pertinentes adoptées par l'autorité compétente.

RÉMUNÉRATION, PRIMES ET COMMISSIONS D'INTERMÉDIAIRE

- 21 Les membres ne doivent accepter aucune rétribution ou conclure un contrat qui se fonde sur un pourcentage des contributions qu'ils auront reçues, ni accepter de commissions d'intermédiaire ou d'honoraires conditionnels.
- 22 Les membres peuvent accepter une rémunération en fonction de leur rendement, des primes par exemple, seulement si de telles primes font partie des pratiques courantes de leur organisme et qu'elles ne se fondent pas sur les contributions obtenues.
- 23 Les membres ne doivent pas offrir ni accepter de paiements ou d'égards particuliers dans l'optique d'influencer le choix de produits ou de services.
- 24 Les membres ne doivent pas payer de commissions d'intermédiaire, de commissions de toute autre nature ni de pourcentage sur les contributions reçues.
- 25 Les membres qui reçoivent des fonds de la part d'un donateur ou d'un client doivent respecter les exigences juridiques relatives au déboursement de ces fonds.